

## **PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL WARUNG PIZCETA SEMARANG**

**AKSI WIDIANTO**

(Pembimbing : Khamadi, M. Ds, ALI MUQODDAS, S.Sn, M.Kom)

*Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian*

*Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 114200900678@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Warung Pizceta merupakan *café* yang tergolong baru, *café* yang merintis dengan menyuguhkan produk makanan jenis pizza, rice dan pasta dengan mengutamakan cita rasa untuk kepuasan konsumen dengan pelayanan prima. Untuk memperkenalkan Warung Pizceta dibutuhkan program promosi agar dapat dikenal oleh masyarakat kota semarang dengan menggunakan media yang tepat, efektif dan efisien. Pada perancangan media komunikasi visual ini metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dan metode pengumpulan data. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan SWOT sebagai alat penetapan strategi pemasaran, strategi media dan strategi kreatif. Pada perancangan ini memberikan suatu konsep pemasaran Warung Pizceta menggunakan konsep kebersamaan dalam menikmati pizza dengan diameter 50cm yang merupakan produk unggulan dari Warung Pizceta. Media komunikasi visual terdiri dari media online, buku menu, poster, brosur, leaflet, x-banner, seragam karyawan, kartu nama, nomer meja, voucher, kalender, mug, kaos. Melalui perancangan media komunikasi visual ini Warung Pizceta dapat dikenal oleh masyarakat luas dan banyak diminati oleh pelanggan khususnya di kota semarang.

Kata Kunci : perancangan, media komunikasi visual, *café*, pizza.

## **VISUAL COMMUNICATION MEDIA DESIGN OF PIZCETA SHOP SEMARANG**

**AKSI WIDIANTO**

(Lecturer : Khamadi, M. Ds, ALI MUQODDAS, S.Sn, M.Kom)

*Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of*

*Computer Science, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 114200900678@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Pizceta shop is a relatively new caffÃ©, which is new shop by presenting the pizza type food products, rice and pasta with emphasis on taste for customer satisfaction with excellent waiter. To introduce Pizceta shop promotion program needed to be known by the public Semarang using media that are appropriate, effective and efficient. In designing the visual communication media of this method of research used qualitative methods and data collection methods. The methods used in data collection included interviews, observation and documentation. Methods of data analysis using the SWOT as a set of tools marketing strategy, media strategy and creative strategy. In this design provides a point Pizceta marketing concept using the concept of togetherness in enjoying pizza with a diameter of 50cm which is the flagship product of Pizceta shop. Visual communication media consisting of media online, book menus, posters, brochures, leaflets, x-banners, uniforms, business cards, table numbers, vouchers, calendars, mugs, T-shirts. Through the design of visual communication media Pizceta this point can be known by the public and in great demand by customers, especially in the city of Semarang

Keyword : design , visual communication media , cafe , pizza .